

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **ANALISIS PROFESIONAL KERJA KARYAWAN
SEBAGAI IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS DALAM
PERUSAHAAN MULTI LEVEL MARKETING (MLM)**
(Studi Kasus *Independent Distributor* Herbalife di Rembang)

Nama Penyusun : Vannya Laksmi Angreani

Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1

Semarang, 19 Juni 2015

Dekan Pembantu Dekan Bid. Akademis

Dr. Sunarto, M.Si
NIP.19660727.199203.1.001

Drs. Herbasuki Nurcahyanto, M.T.
NIP. 19580324.198803.1.001

Dosen Pembimbing :

1. Dra. Rodhiyah, S.U. (.....)

2. Agung Budiarmo, M.M. (.....)

Dosen Penguji :

1. Drs. Wahyu Hidayat, M. Si. (.....)

2. Dra. Rodhiyah, S.U. (.....)

3. Agung Budiarmo, M.M. (.....)

ANALISIS PROFESIONAL KERJA KARYAWAN SEBAGAI IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS DALAM PERUSAHAAN MULTI LEVEL MARKETING (MLM) (STUDI KASUS INDEPENDENT DISTRIBUTOR HERBALIFE CABANG REMBANG)

Vannya Laksmi Angreani

Jurusan Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang
Jl. Prof. H Sudharto, SH. Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Email: vannyaangreani@gmail.com

Dra. Rodhiyah, S.U

Jurusan Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang
Jl. Prof. H Sudharto, SH. Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Email: rodhiyahrodhiyah@gmail.com

Agung Budiarmo, M.M

Jurusan Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang
Jl. Prof. H Sudharto, SH. Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Email: budiarmo@ymail.com

ABSTRACT

Professional attitude is very important in carrying out its work. Professional work is the manner in which someone is able to apply the capability or expertise to be able to provide the best performance on the job. Sometimes the formation of a professional attitude of employees because of the company's business ethics are useful to provide guidance in running the business. No exception will Multi Level Marketing business that makes employees become a major asset in running the business. But in reality MLM Herbalife Apex branch employees' professional attitude in running business ethics is still low and often a lot of violations. Violations often occur on recruitment and sales for the product. The purpose of this study to determine the ethics of recruiting new downline, determine product pricing and granting discounts, as well as efforts to achieve professional work as the implementation of business ethics conducted by Herbalife distributor Rembang branch.

Type of this research is exploratory. Retrieval technique is purposive sampling resources; data collection techniques done by in-depth interviews, observation, and documentation; data analysis techniques using test data by triangulation credibility, transferability test, and test confirmability.

Results and discussion in the Herbalife business are many violations as follows: recruiting a downline that does not comply with existing rules and product sales due to product price is too expensive, the achievement of distributors can see the performance of distributors who work full time and side. The conclusions are many distributors who are committed and professional work ethics so low that in the implementation of an already established business, there are several violations that resulted in delays in the process of doing business. His advice is more assertive and precise in addressing the violations that occurred and needs to be improved meeting capable of inflicting a professional attitude to work and inform about business ethics prearranged.

Keywords: Working Professionals, Business Ethics, Multi Level Marketing.

ABSTRAKSI

Sikap profesional merupakan hal yang sangat penting dalam melaksanakan pekerjaannya. Profesional kerja adalah sikap dimana seseorang mampu mengaplikasikan kemampuan atau keahlian yang dimiliki untuk mampu memberikan kinerja yang terbaik dalam pekerjaannya. Terkadang terbentuknya sikap profesional kerja karyawan karena adanya etika bisnis perusahaan yang bermanfaat untuk memberikan pedoman dalam menjalankan bisnisnya. Tidak terkecuali akan bisnis *Multi Level Marketing* yang menjadikan karyawannya menjadi aset utama dalam menjalankan bisnisnya. Namun dalam kenyataannya MLM Herbalife cabang Rembang sikap profesional karyawan dalam menjalankan etika bisnis masih rendah dan sering terjadi banyak pelanggaran. Pelanggaran yang sering terjadi mengenai perekrutan dan

penjualan akan produk. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui etika perekrutan *downline* baru, mengetahui penentuan harga produk dan pemberian potongan harga, serta upaya-upaya untuk mencapai profesional kerja sebagai implementasi etika bisnis yang dilakukan oleh distributor Herbalife cabang Rembang.

Tipe dari penelitian ini adalah eksploratif. Teknik pengambilan sumber informasi adalah *purposive sampling*; teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi; teknik analisis data menggunakan uji kredibilitas data dengan triangulasi, uji transferability, dan uji konfirmability.

Hasil dan pembahasan dalam bisnis Herbalife adalah banyak terjadi pelanggaran sebagai berikut : perekrutan *downline* yang tidak sesuai dengan aturan yang ada dan penjualan produk dikarenakan harga produk yang terlalu mahal, pencapaian target distributor dapat melihat kinerja distributor yang bekerja secara *full time* dan sampingan. Kesimpulan yang dapat diambil banyak distributor yang memiliki komitmen dan profesional kerja rendah sehingga dalam implementasi etika bisnis yang sudah ditetapkan terdapat beberapa pelanggaran yang menyebabkan tersendatnya proses menjalankan bisnisnya. Sarannya yaitu lebih tegas dan tepat dalam menyikapi pelanggaran yang terjadi dan perlu ditingkatkan pertemuan yang mampu menimbulkan sikap profesional kerja dan untuk menginformasikan tentang etika bisnis yang telah diatur sebelumnya.

Kata kunci : Profesional Kerja, Etika Bisnis, *Multi Level Marketing*.

PENDAHULUAN

Persaingan dalam mencari pekerjaan sekarang ini semakin sulit untuk didapatkan karena sedikitnya lapangan pekerjaan yang ditawarkan dan perusahaan memilih orang-orang yang profesional untuk mampu bekerjasama dengan baik. Semakin banyaknya pengangguran dan lapangan pekerjaan yang semakin sedikit tersebut menyebabkan banyak orang yang berusaha untuk memunculkan bisnis sendiri untuk dapat mendapatkan pekerjaan. Salah satu bisnis yang sekarang ini sering diminati banyak orang dengan upah yang cukup besar yaitu bisnis *Multi Level Marketing* (MLM).

PT. Herbalife merupakan perusahaan MLM dari USA, yang produknya termasuk nutrisi kesehatan, manajemen berat badan, dan perawatan pribadi. Produk unggulannya adalah Nutrition Shake Mix Herbalife. MLM Herbalife sudah banyak tersebar hampir di seluruh Indonesia, salah satunya di Rembang, Jawa Tengah.

Profesional menurut Tanri Abeng (2006), profesional merupakan seseorang yang mampu menguasai ilmu pengetahuan secara mendalam, melakukan kreatifitas dan inovasi atas bidang yang digelutinya, serta harus selalu berfikir positif dengan menjunjung tinggi etika dan integritas profesi. Hubungan etika kerja profesional dengan kehidupan manusia digunakan untuk mengawal tingkah laku ahli profesional dalam bentuk menyuruh melakukannya dan meninggalkan perkara yang mendatangkan kesalahan sama ada di sisi undang-undang negara maupun statusnya sebagai profesional. Oleh itu, etika kerja profesional merupakan satu landasan kepada masyarakat yang membolehkan teknokrat mengawal tingkah lakunya sendiri serta membolehkan masyarakat sosial mengawasi dan menilai setiap tindak tanduk mereka dari semasa ke semasa.

Menurut Kompang Martina Dinata Putri dan I.D.G Dharma Suputra (2013) : semakin tinggi sikap independensi, profesionalisme, dan etika auditor seorang auditor maka kinerja yang dihasilkan akan semakin tinggi. Auditor yang mampu mengambil posisi independen dalam setiap melaksanakan tugasnya dan memiliki kemampuan yang memadai di bidang profesinya disertai dengan etika kerja yang konsisten maka akan berdampak pada kinerjanya yang semakin berkualitas. Sehingga profesional sangat

dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Maka dari itu diharapkan dengan sikap profesional kerja yang baik akan mampu menerapkan etika bisnis yang baik juga.

Perusahaan MLM ini cenderung menciptakan orang-orang yang mempunyai mental, emosional, fisik dan spiritual yang dibentuk untuk mempunyai persepsi dan komitmen yang tinggi dalam bekerjasama dengan perusahaan MLM yang bersangkutan. Maka dari itu orang-orang yang menjalin hubungan dengan perusahaan MLM harus mempunyai sikap profesional yang sesuai dengan aturan bisnis MLM yang berlaku. Karena dengan profesional kerja tersebut akan membentuk komitmen yang kuat dalam menjalani pekerjaannya.

Dengan kata lain, MLM seharusnya tidak akan keluar dari aturan-aturan yang ada pada bisnis pada umumnya. Sama seperti aturan bisnis yang lain. Aturan bisnis sama halnya dengan peraturan tertulis yang harus dipatuhi oleh semua anggotanya. MLM juga mempunyai aturan bisnis yang harus dipatuhi dan berlaku bagi semua para *independent distributor* dalam mempromosikan produk ataupun untuk melakukan penjualan produk ke sesama *independent distributor*.

Herbalife memiliki etika yang menjadi pedoman untuk sebagai rambu-rambu sehingga tidak merugikan bisnis sendiri dan konsumennya atau antar *independent distributor* yang lainnya dan khususnya menjaga nama baik atau citra (*image*) Herbalife itu sendiri. Etika harus dibangun untuk menjaga kejujuran, profesional kerja, komitmen dan integritas.

Adanya etika bisnis tersebut haruslah dipatuhi oleh setiap distributor, namun dalam kenyataannya banyak penyimpangan yang sering dilakukan oleh para *independent distributor*, khususnya yang terjadi pada Herbalife di Rembang. Pada umumnya dengan adanya etika tersebut mampu memberikan pedoman yang pasti dalam menjalankan bisnisnya dan diharapkan mampu memperlancar dan mempermudah dalam berbisnis.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pada uraian latar belakang, maka permasalahan yang dapat dirumuskan di penelitian ini adalah bagaimana etika perekrutan atau pemilihan *downline* baru yang dilakukan oleh *independent distributor* Herbalife cabang Rembang?, bagaimana penentuan harga produk dan pemberian potongan harga yang dilakukan oleh *independent distributor* Herbalife cabang Rembang?, dan bagaimana upaya-upaya untuk mencapai profesional kerja sebagai implementasi etika bisnis yang dilakukan oleh *independent distributor* Herbalife cabang Rembang?.

KAJIAN TEORI

Menurut Oerip dan Oetomo (2000: 12), Profesional artinya ahli dalam bidangnya. Jika seorang mengaku profesional maka ia harus mampu menunjukkan bahwa dia ahli dalam bidangnya. Harus mampu menunjukkan kualitas yang tinggi dalam pekerjaannya. Pada umumnya profesional merupakan orang yang mempunyai profesi atau pekerjaan dengan kemampuan atau keahlian yang tinggi sehingga orang itu mempraktekkan kemampuannya tertentu untuk terlibat dalam kegiatan tertentu sementara orang lain

melakukan hal yang sama sebagai sekedar hobi, untuk senang-senang, atau untuk mengisi waktu luang. Sehingga profesional merupakan dampak atau akibat dari keikutsertaan seseorang dalam suatu kegiatan yang sesuai dengan kemampuannya yang terlibat dalam suatu profesi tertentu.

Etika bisnis merupakan sebagai pengetahuan tentang cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomis atau sosial, dan pengetrapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis. (Muslich, 1998: 4).

Multi Level Marketing merupakan salah satu dari berbagai cara yang dapat dipilih oleh sebuah perusahaan atau pabrika (produsen) untuk memasarkan atau mendistribusikan atau menjual produknya kepada pelanggan eceran dengan memberdayakan *independent distributornya* untuk melaksanakan tugas penjualan produk melalui pengembangan penjualan langsung secara mandiri tanpa campur tangan langsung perusahaan. (Harefa, 2007: 3).

Kinerja (*performance*) adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan / program / kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan misi dan visi organisasi yang tertuang dalam *strategic planning* yang suatu perusahaan. Kinerja bisa diketahui hanya jika individu atau kelompok individu tersebut mempunyai kriteria keberhasilan yang telah ditetapkan (Moehariono, 2012 : 95).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian *explorative research*. Metode kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. (Moleong, 2013: 6). Penelitian ini berlokasi di Wilayah Rembang pada MLM Herbalife Cabang Rembang. Subjek penelitian adalah Distributor, Senior Consultant, Success Builder, Supervisor, dan konsumen MLM Herbalife di Rembang. Teknik pengambilan sumber informasi pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Untuk menguji kualitas data menggunakan uji kredibilitas data dan konfirmability. Untuk teknik analisis dan interpretasi data menggunakan analisis domain dan taksonomi.

HASIL PENELITIAN

Sikap profesional merupakan hal yang sangat penting dalam melaksanakan pekerjaannya. Karena dengan adanya sikap profesional yang tertanam pada diri seseorang akan memberikan komitmen untuk melaksanakan tugasnya dengan baik dan sesuai dengan kapasitasnya. Profesional kerja merupakan sikap dimana seseorang mampu mengaplikasikan kemampuan atau keahlian yang dimiliki untuk mampu memberikan kinerja yang terbaik dalam pekerjaannya.

Etika Bisnis dapat menjadi standar dan pedoman bagi seluruh karyawan termasuk manajemen dan menjadikannya sebagai pedoman untuk melaksanakan pekerjaan sehari-hari dengan dilandasi moral yang luhur, jujur, transparan dan sikap yang profesional.

Etika juga berperan sebagai syarat utama untuk kelanggengan atau konsistensi perusahaan.

Pada studi pendahuluan ternyata terdapat beberapa pelanggaran yang dilakukan oleh Herbalife antara lain pelanggaran etika dalam merekrut yaitu pelanggaran dalam mengambil konsumen distributor lain dan merekrut tanpa melakukan pendaftaran secara online. Selain pelanggaran etika merekrut juga pelanggaran akan etika dalam menjual produk yaitu memberikan cicilan atau kredit, memberikan diskon yang tidak sesuai dengan tingkatannya, dan menaikkan atau menurunkan harga produk.

❖ **Etika Perekrutan atau Pemilihan *Downline* Baru cabang Rembang**

Herbalife juga merupakan perusahaan yang menerapkan etika bisnis dalam bisnisnya. Etika bisnis ini mengatur agar dalam menjalankan bisnisnya mampu berjalan dengan baik, sehat, dan tidak merugikan orang lain. Etika perekrutan ini untuk membujuk pelanggan untuk bergabung dalam bisnisnya dan mampu melakukan penjualan produk.

Promosi

Promosi adalah suatu usaha dari pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya.

Promosi merupakan cara untuk membujuk pelanggan untuk dapat membeli produk dan ingin untuk bergabung dengan Herbalife. Media promosi yang efektif yang dilakukan oleh distributor Herbalife dalam mengenalkan produk ke pelanggan dengan *of the mouth*, dengan *of the mouth* lebih bisa memberikan penjelasan mengenai bisnis dan pengalaman pribadi, mampu menjelaskan secara personal dan langsung kepada pelanggan, pelanggan lebih merasa diperhatikan secara langsung dengan kendala yang sedang dialaminya dan mampu memberikan solusi yang tepat bagi kendala pelanggan.

Alasan merupakan suatu sikap atau ungkapan untuk memulai sesuatu baik yang dia sudah diketahui ataupun belum diketahui. Pelanggan yang bergabung dengan Herbalife mempunyai banyak alasan, antara lain : mereka bergabung karena melihat testimoni keberhasilan akan produk yang mempunyai manfaat menurunkan atau menaikkan berat badan dalam waktu yang singkat. Dengan keberhasilan yang sudah ada, pelanggan ingin mencobanya. Mereka bergabung karena tergoda akan peluang usaha yang mendapatkan penghasilan yang banyak dan bekerja secara fleksibel. Mereka bergabung karena sudah melihat testimoni pencapaian keberhasilan *independent distributor* dalam menjalankan bisnis dan manfaat positif yang dirasakan.

Etika yang ditentukan diharapkan mampu memberikan rambu-rambu dalam menjalankan bisnis dan bisnisnya dapat berjalan dengan sehat. Namun terdapat pelanggaran yang dilakukan oleh para distributor tersebut. Alasan para *independent distributor* melakukan pelanggaran-pelanggaran tersebut antara lain alasan distributor mengambil distributor dari sponsor lainnya adalah ketidakcocokan antara *downline* dengan *upline* yang menyebabkan hubungan mereka tidak baik. *Upline* menjual barang atau produk dengan harga lebih murah sehingga *downline* mau berganti kedistributoran untuk mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dengan membeli produk yang lebih murah. Hubungan yang tidak baik tersebut menyebabkan mereka merasa tidak ada kedekatan tertentu antar distributor. Kedekatan yang tidak dibangun secara baik akan memberikan dampak yang negatif bagi bisnis tersebut. Adanya faktor kekerabatan

sehingga pelanggan yang disponsori oleh sponsor distributor lainnya cenderung menjadi *downline* kerabat yang sudah menjadi *independent distributor* Herbalife dan tidak bergabung menjadi *downline* yang mensponsornya. Sikap tersebut seharusnya tidak boleh dilakukan karena akan menimbulkan rasa dicurangi dan dapat merugikan sponsor lainnya, karena mereka telah bekerja dengan sepenuh tenaga untuk membujuk konsumen namun malah bergabung dengan sponsor yang lainnya.

Alasan para distributor melakukan pelanggaran dengan tidak melakukan perekrutan secara online adalah rasa kasihan karena pembayaran awal menjadi member cukup mahal. Karena pertama untuk bergabung dengan Herbalife harus membayar Rp. 650.000.-. Bagi kalangan penduduk Rembang yang mayoritas menengah ke bawah merasa kesulitan untuk bergabung, padahal bisnis ini sangat berpotensi untuk dikembangkan sekarang dikarenakan untuk memberikan tambahan penghasilan.

Padahal telah diatur dalam Aturan Pelaksanaan Herbalife No. 11 mengenai Melindungi dan Mempertahankan Jalur Kesponsoran yaitu Hubungan antara Distributor-Sponsor merupakan dasar dari Rencana Pemasaran dan Penjualan Herbalife dan sebagai pokok-pokok dan aturan-aturan perusahaan untuk melindungi hal-hak Sponsor. Perubahan dalam kesponsoran dianggap merusak keterpaduan bisnis dan dengan demikian hal tersebut tidak dianjurkan.

Setelah dilakukan penelitian ini, Presiden Team yang bertanggung jawab akan pelanggaran akan bisnis ini telah memberikan pengarahan atau bimbingan mengenai cara yang benar dalam melakukan perekrutan dan menjelaskan apabila melakukan pelanggaran tertentu akan mendapatkan sanksi atau hukuman sesuai dengan pelanggaran yang dilakukannya.

Supervisor yang membawahi sebagian besar *downline* tersebut seharusnya juga memberikan pengarahan seperti yang dilakukan oleh *uplinenya*. Namun dari 6 supervisor, 2 supervisor diantaranya melakukan pelanggaran etika tersebut. Maka dari itu, *downline* mereka tidak sedikit juga yang melakukan pelanggaran tersebut dengan melihat tindakan *upline* mereka.

Hambatan atau kendala yang sering terjadi pada perekrutan Herbalife yang dikemukakan oleh sebagian besar distributor adalah susahnya membujuk konsumen untuk membeli produk ataupun merekrut agar ingin bergabung yaitu apabila diundang untuk mendatangi pertemuan dari 10 orang yang diundang hanya 4 orang yang datang. Promosi yang dilakukan harus sangat intensif, namun sering keterbatasan waktu, tenaga dan materil. Maka dari itu distributor terkadang merasa malas dan capek karena telah bekerja seharian namun tidak mendapatkan hasil yang cepat. Bagi distributor yang memiliki pekerjaan selain bergabung dengan Herbalife akan merasa kesulitan mengatur waktu karena waktunya tersita untuk pekerjaan yang lainnya, dan pada saat waktu luang mereka harus melakukan promosi yang belum tentu mampu secara langsung mendapatkan konsumen untuk membeli produk atau membujuknya bergabung menjadi *downlinenya*.

❖ **Pencapaian Target Penjualan**

Pencapaian target yang bisa dilakukan oleh distributor Herbalife yang melakukan bisnis secara *full time* dan tidak *full time* sangat berpengaruh terhadap target yang dicapai. Sesuai dengan hasil penelitian bahwa distributor yang bekerja secara *full time* mampu lebih banyak mengumpulkan

volume point (VP) sehingga lebih mudah untuk mendapatkan bonus atau naik jabatan secara cepat.

Distributor yang bekerja secara *full time* menyebutkan bahwa penunjang mereka adalah waktu yang fleksibel, sering bertemu dengan member nya sehingga mampu lebih banyak membujuk member untuk menjalankan bisnisnya secara langsung, sering melakukan penjualan secara retail ke pelanggan, sering ke luar kota untuk mencari pelanggan baru karena di daerah Rembang pelanggan sudah mulai jenuh, dan pertemuan-pertemuan dengan orang yang sudah sukses di Herbalife memberikan semangat baru.

Sebagian besar distributor pencapaian target yang dilakukan tersendat dan melebihi akan bulan kualifikasi yang sudah ditentukan untuk naik tingkat atau jabatan. Pencapaian target Herbalife cabang Rembang ini setiap para distributornya memang sedikit agak terkendala karena mereka merasa susah dengan pencapaian target apabila hanya memfokuskan konsumen yang ada di Rembang, mereka mencoba untuk mencari konsumen yang berada di luar Rembang, karena sudah banyak distributor yang mencoba menawarkan produk ke konsumen di Rembang. Selain itu juga masalah mengenai *image* bisnis MLM yang hanya bermain *money politic*. Konsumen merasa was-was akan dana yang dia salurkan merasa tidak menguntungkan dirinya. Kriteria penduduk Rembang yang menengah ke bawah, padahal produk yang diperjualkan termasuk barang yang mahal dan mempunyai kebutuhan khusus, sehingga harus memiliki usaha khusus dalam melakukan promosi.

Hambatan atau kendala yang sering terjadi pada saat *independent distributor* ingin pencapaian target adalah waktu yang dimiliki untuk menjual produk bagi distributor yang Herbalife sebagai pekerjaan sampingan tidak dapat secara *full time* untuk melakukan penjualan produk. Memerlukan *financial* atau keuangan yang cukup banyak digunakan untuk menutup kekurangan dalam kualifikasi tingkatan, karena membutuhkan banyak dana untuk naik tingkat, sehingga harus memiliki *downline* yang cukup banyak sehingga tidak merasa kesulitan dalam naik tingkat atau jabatan. Namun apabila *downline* yang dimiliki hanya sedikit, *upline* akan banyak mengeluarkan uangnya sendiri untuk naik tingkat. Itulah penyebab persediaan produk *upline* tersebut menjadi menumpuk dikarenakan hanya memiliki *downline* yang sedikit, kesulitan untuk mendapatkan konsumen yang mau atau ingin bergabung dan dalam menjual produk. Kemampuan mendapatkan member atau konsumen yang lebih banyak dapat lebih meringankan keuangan dalam menutup kualifikasi tingkatan, ini merupakan cara utama sehingga mampu meringankan beban *upline*. Motivasi diri sendiri untuk pencapaian target karena pencapaian target biasanya ditentukan oleh bulan volume, sehingga apabila melebihi bulan volume *independent distributor* akan kehilangan kesempatannya dalam melakukan kualifikasi tingkatan. Semangat untuk mempertahankan tingkatan, karena adanya masa berlaku tingkatan seperti senior consultant hanya bertahan 1 bulan apabila tidak dilakukan dalam jangka waktu tersebut akan turun lagi tingkatannya dan tidak mendapatkan diskon seperti pada saat di senior consultant.

❖ Strategi yang dilakukan oleh *Independent Distributor* Herbalife Cabang Rembang

Strategi merupakan sebagai rencana adalah sebuah program atau langkah yang dilakukan untuk mencapai serangkaian tujuan yang telah ditentukan, sama halnya dengan konsep strategi. Menurut Siagan (2004) memberikan definisi strategi sebagai serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian

tujuan organisasi tersebut. Para *independent distributor* juga memiliki strategi atau cara yang lain yang digunakan pencapaian target yang telah ditetapkan Herbalife. Berikut ini merupakan strategi yang dilakukan untuk setiap tingkatnya :

1. Distributor

Strategi yang dilakukan oleh distributor dalam menjalankan bisnisnya untuk dapat mencapai target yang telah ditetapkan adalah melakukan perekrutan dan menjual produk kepada konsumen. Melakukan perekrutan biasanya para distributor mengenalkan bisnisnya kepada orang yang terdekat terlebih dahulu. Dengan memperkenalkan kepada orang terdekat seperti orang tua, saudara, dan kerabat dekat, mereka lebih mengetahui perbedaan kita pada saat menggunakan produknya dan belum menggunakannya, sehingga lebih mempermudah untuk membujuk kerabat terdekat untuk bergabung atau untuk mencoba produk dan bisnisnya. Keuntungan lainnya dengan merekrut kerabat terdekat adalah lebih mudah melakukan komunikasi ataupun mendengar testimoni secara langsung maupun tidak langsung, kalau mampu mengajak semua kerabat terdekat akan mampu menjaring mereka dalam satu jaringan keluarga sehingga akan bekerjasama dengan baik dan berdasarkan kekeluargaan. Kerugian yang diakibatkan dengan merekrut kerabat terdekat adalah rasa tidak tega atau rasa kasihan apabila saudara tidak dapat membayar secara tunai, akhirnya *upline* nya memberikan cicilan, padahal dalam etika bisnis yang sudah ditetapkan tidak boleh melakukan cicilan dalam menjalankan bisnis ini.

Strategi distributor terkadang juga menyalahi aturan Herbalife yaitu mereka tidak merekrut konsumennya hanya memberikan saran kepada konsumennya untuk membeli produk sebanyak-banyaknya sehingga volume point dapat tercapai target dan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dengan melakukan retail daripada konsumen tersebut bergabung dengan *upline* nya, karena konsumen tersebut akan mendapatkan diskon sesuai dengan tingkatannya.

2. Senior Consultant

Senior consultant merupakan tingkatan setelah distributor apabila mampu mencapai target 500vp. Setelah mencapai target tersebut, senior consultant apabila ingin berkualifikasi kembali harus mampu mencapai 2000vp. Strategi yang sering dilakukan oleh tingkat ini antara lain : mereka sering melakukan penumpukan barang terlebih dahulu, karena pada saat penutupan untuk berkualifikasi belum mencukupi vp. Dengan menumpukkan barang mereka menjual produk dengan harga rendah sehingga konsumen lebih tertarik untuk membeli, walaupun mereka mengetahui bahwa tindakan tersebut menyalahi aturan. Banyak senior consultant yang memberikan diskon yang tidak sesuai dengan aturannya kepada konsumen agar mampu mencapai kualifikasi untuk naik tingkat.

Jadi menurut mereka dengan mampu menjual produk sebanyak-banyaknya akan mampu memberikan keuntungan dan penghasilan yang semakin banyak tanpa menghiraukan etika bisnis yang sudah diatur untuk membantu kelancaran suatu bisnis sehingga mampu saling menghormati antar distributor lainnya tanpa harus merugikan distributor yang lain maupun konsumennya.

3. Succes Builder

Strategi yang dilakukan oleh Succes Builder dan Senior Consultant hampir sama apabila mereka tidak memiliki banyak *downline* sehingga dalam melakukan kualifikasi tingkatan, mereka akan menimbun banyak produk dan akhirnya dijual dengan harga

yang murah ataupun memberikan diskon yang tidak semestinya. Namun, tidak semua Succes Builder dan Senior Consultant melakukann hal yang sama, ada juga yang melakukannya sesuai dengan aturan yang sudah ditetapkan dengan mengikuti sistemnya sehingga mampu menjalankan bisnisnya dengan baik dan cara yang tepat.

Succes Builder merupakan tingkatan yang mendapatkan diskon 42%. Seharusnya mereka sudah mampu melakukan order langsung ke Herbalife pusat, namun ada yang masih melakukan order ke *uplinenya* dikarenakan ada upline yang memberikan harga murah ke *downlinenya* tersebut, ada juga yang memberikan harga yang lebih rendah dan succes builder menjual kepada konsumennya harga retail akan mendapatkan keuntungan yang sangat besar. Selain itu adanya juga perjanjian antara *upline* dan *downline* dalam melakukan pembelian produk yaitu dengan melakukan cicilan atau kredit, namun *upline* melaporkan ke Herbalife pusat *downline* tersebut tetap melakukan pembayaran secara *full*.

4. Supervisor

Supervisor merupakan tingkatan yang paling aman dalam menjalankan bisnis Herbalife ini karena sudah mempunyai banyak *downline* yang mampu memberikan penghasilan kepada supervisor tersebut dan sudah dipercaya untuk melakukan seminar-seminar untuk memberikan pengetahuan dan pembimbingan kepada yang lain dengan adanya penghasilan tambahan dari adanya seminar tersebut.

Cara berkualifikasi sebagai supervisor adalah sebagai berikut :

- Satu-bulan kualifikasi : capailah 4000 VP dalam satu bulan volume (dengan minimum 1000 VP tak terbeban dari 4000 VP itu).
- Dua-bulan kualifikasi : capailah 2500 VP selama dua bulan berturut-turut. (Dengan minimum 1000 VP tak terbeban dari 2500 VP itu setiap bulannya).
- Kualifikasi terakumulasi : mencapai 5000 VP pembelian pribadi dalam 12 bulan (dengan 3 bulan persyaratan minimum. Distributor memiliki kesempatan untuk berkualifikasi dengan metode ini jika melakukan pemesanan langsung ke Herbalife (5000 VP harus tidak terbebani).

• Hambatan atau Kendala Pencapaian Target Herbalife.

Hambatan atau kendala yang sering terjadi pada saat *independent distributor* ingin pencapaian target adalah waktu yang dimiliki untuk menjual produk bagi distributor yang Herbalife sebagai pekerjaan sampingan tidak dapat secara *full time* untuk melakukan penjualan produk. Memerlukan *financial* atau keuangan yang cukup banyak digunakan untuk menutup kekurangan dalam kualifikasi tingkatan, karena membutuhkan banyak dana untuk naik tingkat, sehingga harus memiliki *downline* yang cukup banyak sehingga tidak merasa kesulitan dalam naik tingkat atau jabatan. Namun apabila *downline* yang dimiliki hanya sedikit, *upline* akan banyak mengeluarkan uangnya sendiri untuk naik tingkat. Itulah penyebab persediaan produk *upline* tersebut menjadi menumpuk dikarenakan hanya memiliki *downline* yang sedikit, kesulitan untuk mendapatkan konsumen yang mau atau ingin bergabung dan dalam menjual produk. Kemampuan mendapatkan member atau konsumen yang lebih banyak dapat lebih meringankan keuangan dalam menutup kualifikasi tingkatan, ini merupakan cara utama sehingga mampu meringankan beban *upline*. Motivasi diri sendiri untuk pencapaian target karena pencapaian target biasanya ditentukan oleh bulan volume, sehingga

apabila melebihi bulan volume *independent distributor* akan kehilangan kesempatannya dalam melakukan kualifikasi tingkatan. Semangat untuk mempertahankan tingkatan, karena adanya masa berlaku tingkatan seperti senior consultant hanya bertahan 1 bulan apabila tidak dilakukan dalam jangka waktu tersebut akan turun lagi tingkatannya dan tidak mendapatkan diskon seperti pada saat di senior consultant.

Maka dari itu semua para distributor harus bekerja keras mendapatkan konsumen dan menjual barangnya agar dapat meningkatkan tingkatan jabatannya. Dengan begitu pencapaian target sangatlah penting bagi *independent distributor* tersebut karena dengan pencapaian target tersebut dapat dilihat bagaimana sikap profesional mereka dalam berbisnis dan sesuai dengan aturan yang sudah ditetapkan atau tidak.

❖ **Harga dan Potongan atau Diskon Produk**

Penelitian ini ternyata mengemukakan bahwa etika penjualan produk ini sering terjadi pelanggaran, yaitu mengenai pemberian harga yang berbeda dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Pelanggaran tersebut antara lain memberikan cicilan atau kredit, memberikan diskon yang tidak sesuai dengan tingkatannya, dan menaikkan atau menurunkan harga produk.

1. Diskon

Tindakan yang dilakukan oleh distributor dalam penjualan produk mengenai pemberian diskon yang tidak semestinya kepada *downlinenya* disebabkan karena untuk meningkatkan volume point penjualan produk, persediaan produk sudah menumpuk di distributor tersebut, sehingga dijual semurah mungkin agar barang masih bisa dikonsumsi karena ada masa kadaluarsa produk, adanya faktor kekerabatan sehingga rasa kasihan dan rasa kekeluargaan mendominasi.

2. Harga

Sikap distributor yang tidak mematuhi etika bisnis yang sudah ditetapkan membuat kerancuan bagi pelanggan akan harga produk yang sebenarnya. Adanya distributor yang memberikan harga yang rendah dari harga yang telah ditetapkan. Pasti saja pelanggan akan membeli produk ke distributor yang memberikan harga rendah, karena pada dasarnya harga produk Herbalife cukup mahal. Pelanggan akan selalu menerapkan prinsip ekonomi yaitu keuntungan yang maksimal dengan biaya yang seminimal mungkin. Maka dari itu pelanggan ingin mendapatkan produk dengan harga yang rendah dan mendapatkan hasil semaksimal mungkin.

Sikap tersebut dapat mematikan kinerja distributor lainnya dalam melakukan penjualan produk, akan adanya rasa tidak kepercayaan pelanggan akan Herbalife, merusak citra atau *image* Herbalife, dan memberikan pandangan yang negatif tentang kinerja distributor.

3. Kredit atau Cicilan

Etika bisnis Herbalife tentang penjualan produk bukan hanya tidak boleh memberikan diskon kepada pelanggan, tidak boleh menaikkan atau menurunkan harga produk kepada pelanggan, tetapi juga tidak boleh memberikan cicilan atau kredit kepada pelanggan bahkan secara gratis. Yang banyak ditemui saat melaksanakan penelitian ini atau sebelumnya, praktek memberikan cicilan atau kredit kepada pelanggan sering

ditemui. Banyak pelanggan yang meminta cicilan dikarenakan harga produk yang cenderung mahal.

Alasan mereka yang melakukan pelanggaran tersebut adalah harga produk yang terlalu mahal, rasa kasihan sehingga merasa tidak tega apabila harus membebankan kepada *downline* yang ingin naik tingkat, sehingga *upline* memberikan cicilan atau kredit.

Hambatan atau kendala yang sering terjadi dalam pelaksanaan etika harga dan potongan harga Herbalife cabang Rembang bagi para distributor adalah harga produk yang terlalu mahal sehingga membuat *downline* merasa tidak dapat membelinya secara tunai sekaligus, karena itu distributor merasa tidak tega atau kasihan. Mereka memberikan cicilan, diskon atau potongan harga yang tidak sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan. Perbuatan yang seperti itu akan membuat pelanggan maupun distributor lainnya merasa rancu akan harga produk sebenarnya dan dapat mengganggu kinerja atau bisnis distributor lainnya yang bekerja sesuai dengan ketentuan harga yang telah ditetapkan. Selain itu banyak distributor yang menganggap produk yang dia miliki harus terjual bagaimana caranya karena apabila barang tersebut lama menumpuk akan membawa kerugian tersendiri bagi distributornya yaitu, barang yang kadaluarsa sudah tidak dapat diperjualkan kembali sehingga malah membawa kerugian. Seandainya produk dijual dengan harga murah, yang terpenting barang tersebut masih dapat dipergunakan dan mendapatkan keuntungan walaupun memiliki keuntungan yang tidak semestinya ia dapatkan.

❖ Hubungan antara Etika Bisnis Herbalife dan Profesional Kerja

Herbalife memiliki etika yang menjadi pedoman untuk sebagai rambu-rambu sehingga tidak merugikan bisnis sendiri dan konsumennya atau antar *independent distributor* yang lainnya dan khususnya menjaga nama baik atau citra (*image*) Herbalife itu sendiri. Etika harus dibangun untuk menjaga kejujuran, profesional kerja, komitmen dan integritas.

Di Herbalife ini juga memerlukan sikap profesional yang mampu memberikan pengalaman bekerja dan mengkonsumsi produk, merawat pelanggan dengan baik, memantau perkembangan pelanggan, mengedukasi pelanggan mengenai produk, pemasarannya, ataupun cara kerjanya, membangun hubungan yang kuat, mendapatkan referensi dari pelanggan tentang masalah atau yang terjadi di pasar bisa juga mampu menjadi rekan kerja yang baik.

Hubungan antara profesional kerja dan etika bisnis yaitu semakin mampu bersikap profesional, memotivasi diri sendiri, komitmen yang tinggi, dan menghargai pekerjaannya, semakin tinggi juga untuk mampu menaati etika bisnis yang telah ada. Sehingga akan terjadi keselarasan dalam melakukan bisnis, tidak ada yang merasakan dirugikan, dan mampu menjalin hubungan yang baik antara distributor yang satu dengan yang lain.

Namun Herbalife cabang Rembang yang terdapat sebagian besar pelanggaran yang dilakukan, menyebabkan komitmen distributor dalam bekerja rendah, dan sikap profesional dalam bekerja juga rendah karena tidak bekerja sesuai dengan aturan atau etika yang ada. Sikap profesional distributor rendah karena distributor belum begitu mengenal pemasaran atau dunia bisnis yang sangat menjunjung tinggi etika dalam apapun. Dengan etika bisnis yang rendah, memberikan dampak negatif bagi pelanggan maupun distributor lainnya. Dampak negatif antara lain : merugikan pelanggan,

distributor lainnya, dan bisnisnya menjadi tidak sehat, menciptakan kecemburuan dikarenakan tidak adanya tindakan tegas dari *upline* apabila melakukan kesalahan, dapat merusak citra atau *image* dan reputasi Herbalife dalam menjalankan bisnisnya.

❖ Upaya-upaya untuk mencapai profesional kerja sebagai implementasi etika bisnis yang dilakukan oleh *independent distributor* Herbalife cabang Rembang

Upaya-upaya yang sudah ditempuh dalam mencapai profesional kerja yang dilakukan oleh *independent distributor* antara lain : (1) melakukan bimbingan, pelatihan, pendidikan mengenai Herbalife kepada para *independent distributor* dan pelanggan. Semakin banyak informasi yang dimiliki distributor mengenai bisnisnya, semakin mengerti apa saja yang harus ditaati, dihormati, dan menjaga reputasi bisnis tersebut. (2) *Upline* melakukan pendampingan kepada distributor saat melakukan *follow up* atau dalam mempromosikan produk. Pendampingan merupakan cara yang tepat untuk menilai bagaimana distributor atau *downline* menjalankan bisnisnya, karena dengan melakukan pendampingan dapat mengetahui secara langsung kinerja distributornya. (3) Pertemuan yang diadakan khusus untuk *independent distributor* dalam membahas permasalahan yang terjadi di pasar dan saling menanggapi dan memberikan solusi untuk para distributornya. (4) Melakukan acara Nutrilon Club yang mempromosikan produk Herbalife dalam menarik minat konsumen untuk mencoba produknya dan membeli produk tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis profesional kerja karyawan sebagai implementasi etika bisnis dalam perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) cabang Rembang dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Etika perekrutan yang terjadi terdapat sebagian besar pelanggaran yang dilakukan oleh distributor yang tidak sesuai dengan etika yang telah ditetapkan. Pelanggaran perekrutannya adalah mengambil tamu atau pelanggan dari distributor lain dan langkah-langkah perekrutan yang tidak sesuai dengan aturan yang telah ada. Penyebab akan pelanggaran akan perekrutan tersebut antara lain : ketidakcocokan antara *downline* dengan *upline*, pembayaran awal yang terlalu mahal bagi konsumen, dan adanya faktor kekerabatan. (2) Penentuan harga produk dan potongan harga sudah ditetapkan sejak awal ditentukan oleh kantor pusat Herbalife, dan distributor hanya menjalankannya. Namun sebagian besar distributor melakukan pelanggaran dengan memberikan potongan harga tersendiri kepada *downlinenya*, maka dari menimbulkan pelanggaran dalam penjualan produk sebagai berikut : memberikan *discount* kepada konsumen atau pelanggan, memberikan cicilan atau kredit kepada pelanggan, dan menaikkan atau menurunkan harga produk yang telah ditetapkan. Penyebab terjadi pelanggaran tersebut adalah biaya, penghasilan penduduk Rembang menengah ke bawah, penumpukan produk di distributor, pencapaian target penjualan, dan faktor kekerabatan. (3) Upaya-upaya yang telah dilakukan dalam meningkatkan profesional kerja sebagai implementasi etika bisnis yang dilakukan oleh *independent distributor* adalah meningkatkan kembali pelatihan dan pendidikan tentang etika bisnis, *Upline* melakukan pendampingan kepada distributor saat melakukan *follow up*, pertemuan yang diadakan khusus untuk *independent distributor* dalam membahas permasalahan yang terjadi di pasar dan saling menanggapi dan memberikan solusi untuk para distributornya, melakukan acara Nutrilon Club yang

mempromosikan produk Herbalife dalam menarik minat konsumen untuk mencoba produknya dan membeli produk tersebut. (4) Pencapaian target distributor dapat melihat kinerja distributor yang bekerja secara *full time* dan sampingan, karena distributor yang bekerja secara *full time* mampu lebih cepat mencapai target penjualan, sedangkan distributor yang sampingan terkendala akan waktu dan peluang dalam melakukan promosi untuk menjalankan bisnisnya.

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh melalui penelitian ini, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut: (1) Secara rutin perlu melakukan MONEV sehingga mampu melihat kinerja distributor dalam menjalankan bisnisnya. (2) Dalam pemberian diskon perlu mengikuti aturan yang ada jika terjadi pelanggaran terdapat tindakan tegas dari pusat yaitu dikenakan sanksi administrasi ataupun sanksi dikeluarkan dari kedistributoran. (3) Perlu ditingkatkan upaya-upaya yang sudah ditempuh yang mampu menunjang keberhasilan dan keberlangsungan bisnis Herbalife. (4) Sebaiknya semua *independent distributor* lebih memahami etika bisnis Herbalife dan mengetahui sanksi yang diterima bila melakukan pelanggaran. (5) Presiden Team harus lebih jelas, tegas dan cepat dalam menanggapi adanya pelanggaran, sehingga mampu menciptakan jera dan tidak mengulangi kesalahan lagi. (6) Perlu ditingkatkan hubungan antar distributor maupun dengan pelanggan sehingga mampu menjalin hubungan yang kuat, bisnis berjalan dengan baik dan saling bekerjasama antara satu dengan yang lain. (7) Perlu meningkatkan kembali pelatihan, pendidikan, pertemuan dalam membahas dalam menjalankan bisnis Herbalife kepada *independent distributor*. (8) Perlu mengadakan pertemuan secara periodik untuk menumbuhkan sikap profesional kerja distributor sehingga akan muncul tanggung jawab dalam menjalankan bisnisnya sesuai dengan etika yang telah ditetapkan. (9) Perlu ditingkatkannya pertemuan yang membahas mengenai permasalahan dalam menjalankan bisnis dan solusi akan masalah antar para distributor sehingga saling membantu satu sama lain. (10) Perlu adanya pengecekan kedistributoran secara periodik sehingga mampu meminimalisir pelanggaran akan perekrutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abeng, Tanri. (2006). *Profesi Manajemen*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Harefa, andrias. (2000). *Multi Level Marketing*. Jakarta:PT. Gramedi Pustaka Utama.
- Bartens, K. (2005). *Etika*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Buku-Buku Pemasaran Herbalife
- Clothier, Peter J. (2002). *Meraup Uang dengan Multi Level Marketing : Pedoman Praktis Menuju Network Selling yang Sukses*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, A. (2000). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, H. (1998). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia, Edisi 2*. Yogyakarta: BPPE.
- Harefa, andrias. (2007). *Menapaki jalan DS-MLM : praktik, peona dan kiat berbisnis Direct Selling dan Multi Level Marketing*. Jakarta: Gradien Books.
- Isnanto, R.Rizal. (2009). *Etika Profesi*. Buku Ajar. Universitas Diponegoro.
- Kiyosaki Robert T. dan Lechter Sharon L. (2005). *Business School*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Kotler, P & Keller, K. (2009), *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Armstrong, Gary. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Kedelapan*, Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, dan Armstrong Gary. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran, Jilid 2*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2005). *Marketing Management*, Eleventh Edition, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- MLM Leaders. (2007). *The Secret Books Of MLM*, Jakarta: Mic Publishing.
- Moehariono. (2012). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kinerja, Edisi Revisi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT.REMAJA ROSDAKARYA.
- Muslich. (1998). *Etika Pendekatan Substantif dan Fungsional*, Edisi Pertama. Yogyakarta: EKONISIA.
- Muslich. (2004). *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Ekonesia.
- Nistains, Van. (2005). *Multi Level Marketing Plus*. Yogyakarta: Terbitan Andi.
- Poe, Richard. (2004). *The Wave 4 Way to Building Your Downline*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Poerwopoespito, F.X. Oerip.S dan T.A. Tatag Oetomo. (2000). *Mengatasi Krisis Manusia di Perusahaan*. Jakarta: Grasindo.
- Post, James E., Anne T. Lawrence & James Weber. (1999). *Bussines And Society, Corporate Strategy, Public Policy, Ethics. 9th Edition*, Singapore: McGraw Hill, Irwin.
- Santoso, Benny. (2003). *All About MLM*. Yogyakarta: Terbitan Andi.
- Satyanugraha, Heru. (2003). *Etika Bisnis-Prinsip dan Aplikasi*. Jakarta: LPFE Universitas Trisakti.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI).
- Suit, dan Almasdi. (2000). *Aspek Sikap Mental Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suseno, Franz Magnis. (1998). *Mencari Makna Kebangsaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo. (1995). *Pengantar Bisnis Modern "Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern"*. Yogyakarta: Liberty.
- Thoha, Miftah. (2000). *Perilaku Organisasi ; Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy., and Chandra, Gregorius. (2005). *Service, Quality&Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andy.
- Valentine, James Lee. (2004). *MLM Power Puncak Tertinggi Pemberdayaan Pemasaran Berbasis Jaringan*. Jakarta: Gramedia.
- Velasquez, Manuel G. (2005). *Etika Bisnis : Konsep dan Kasus (Edisi Ke-5)*. Diterjemahkan oleh Ana Purwaningsih, Kurnianto, dan Totok Budi Santoso, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Baju Pramutoko. (2011). *Analisa Penjualan Melalui Sistem Multi Level Marketing di Kota Kediri*. Jurnal Ilmiah. UNISKA.
- Bob Sefias Reagan (2014). *Etika Bisnis dalam Mobile Marketing*. Jurnal. Universitas Brawijaya Malang.
- Kompiang Martina Dinata Putri dan I.D.G Dharma Suputra. (2013). *Pengaruh Indepedensi, Profesionalisme dan Etika Profesi Terhadap Kinerja Auditor*

- pada Kantor Akuntan Publik di Bali*. E- Journal Akuntansi. Universitas Udayana Bali.
- Kurniawanda, A.M. (2013). *Pengaruh Profesionalisme Auditor dan Etika Profesi Terhadap Pertimbangan Tingkat Materialitas*. E-Journal Binar Akuntansi. Universitas Jambi.
- Ratna Balqis Nasution. (2011). *Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat masyarakat berbisnis dengan sistem Multi Level Marketing/MLM (Studi Kasus Produk Kosmetik Oriflame)*. Journal Keuangan & Bisnis. STIE harapan Medan.
- Sri Hasanah. (2010). *Pengaruh Penerapan Aturan Etika, Pengalaman dan Skeptisme Profesional Auditor Terhadap Pendeteksian Kecurangan (studi Empiris Beberapa Kantor Akuntan Publik di DKI Jakarta)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Joko Siswo Ujianto. (2008). *Analisis Faktor-faktor yang menjadi alasan dalam bergabung di bisnis Multi Level Marketing High Desert di Semarang*. Skripsi. UNIKA.
- Mohamad Darien Hermawan (2012). *Kewirausahaan dan Etika Bisnis*. Laporan Ilmiah. Universitas Pakuan.